

Ella Hämäläinen

KYSELYTUTKIMUS YRITYKSEN INTRANETIN TARPEIDEN  
MÄÄRITTELYYN. CASE: POLARTEKNIK OY

Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
2017

# KYSELYTUTKIMUS YRITYKSEN INTRANETIN TARPEIDEN MÄÄRITTELYYN. CASE: POLARTEKNIK

Hämäläinen, Ella  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma  
Lokakuu 2017  
Ohjaaja: Nieminen, Hans  
Sivumäärä: 32  
Liitteitä: kyselylomake

Asiasanat: intranet, kyselytutkimus, kehitystutkimus

---

Opinnäytetyö on Polarteknik Oy:n tilaama kyselytutkimus. Tavoitteena oli ratkaista, miten yrityksen intranet-palvelua on tarve kehittää valmiiksi tuodusta vanhasta alustasta. Nykyinen intranet on valmiiksi tuotu pohja, jota ei ole suunniteltu edustamaan yrityksen tämänhetkistä kuvaa ja käyttötarpeita. Nykyinen intranet pohjautuu Sharepoint -järjestelmään, jonka päivitys uuteen versioon oli ajankohtainen opinnäytetyön teon aikana.

Kyselytutkimus toteutettiin kyselylomakkeen avulla. Lomakkeen vastausten perusteella määriteltiin graafisesti sekä kirjallisesti vastaajien tarpeet sekä ehdotettiin toteutustapoja.

Työ sisältää aluksi teoriaa intranetistä sekä sen pohjana käytetystä Sharepointista. Tämän jälkeen kerrotaan yleisesti kyselytutkimuksen toteuttamisesta. Teoriaosuuden jälkeen on analysoitu vastausten rakenne ja mahdolliset toteutusehdotukset.

# SURVEY OF DEFINING NEEDS OF COMPANY'S INTRANET. CASE: POLARTEKNIK

Hämäläinen, Ella  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in data processing  
October 2017  
Supervisor: Nieminen, Hans  
Number of pages: 32  
Appendices: questionnaire

Keywords: intranet, survey, developmental study

---

This thesis is a survey and was commissioned by Polarteknik Oy. The goal was to solve the needs of corporation's new intranet service. It was imported from the pre-existed base, which was not designed to represent the company's current image and user requirements. The current intranet is based on the Sharepoint, which was updated to newer version.

Based on the responses of the form, the needs of the respondents were defined graphically and in theory.

The work initially includes the theory of the intranet and the basis of the Sharepoint. Next is the general information about the creation of the questionnaire. After the theoretical part, the structure of the responses and possible implementation proposals have been analyzed.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	LYHYESTI INTRANETISTÄ.....	6
3	MIKÄ ON KYSELYTUTKIMUS .....	8
3.1	Kyselytutkimuksen tarkoitus .....	8
3.2	Toteutus.....	9
4	KYSELYN TOTEUTTAMINEN .....	9
4.1	Työkalut ja menetelmät.....	9
4.2	Kyselyn sisältö ja rakenne .....	11
5	TULOSTEN ANALYSOINTI .....	12
5.1	Yleistä tuloksista.....	12
5.2	Vastaajien rakenne ja asema .....	13
5.3	Käyttöiheys ja laitteisto .....	14
6	TIEDONSAANTI JA SISÄLTÖ.....	16
6.1	Tiedon saantitavat .....	16
6.2	Tiedonsaannin määrällisyys ja haetut tiedot .....	18
6.3	Halutut palvelut.....	19
6.4	Valikoitujen sisältöjen tärkeys .....	20
6.5	Ulkoasun merkitys .....	25
6.6	Vastaajien viestintävälineet .....	26
6.7	Esille tulleet pääkohdat palautteesta ja sen anto .....	27
7	LOPPUTIIVISTELMÄ .....	28
	LÄHTEET .....	30
	LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö käsittelee Polarteknik Oy:n uusia tarpeita koskien Sharepoint-alustalla toimivaa intranet-palvelua. Yritys on eriytynyt suuremmasta konsernista omaksi yksiköökseen, jolloin myös verkkopalvelut ovat suurilta osin muuttuneet omaksi kokonaisuudekseen. Näihin palveluihin sisältyy myös yrityksen intranet. Se on käytännössä suoraan siirretty pohja vanhasta toteutuksesta uudelle alustalle, josta löytyy vain välttämättömät ominaisuudet. Ulkoasu on myös siirtynyt sellaisenaan, joka on hyvin yksinkertainen peruspohja. Pääosin uudet vaatimukset ovat sisältöpohjaisia ja liittyvät itse intranet-rakenteeseen.

Uusien tarpeiden vaatimuksia päätin lähteä selvittämään kyselytutkimuksen avulla, jolloin intranet voidaan päivittää vastaamaan yrityksen tarpeita. Eri käyttäjäryhmät eroavat toisistaan ja tahtovat toimintoja eri näkökulmista. Kyselytutkimus toteutettiin kyselylomakkeen eli surveyn avulla. Työssä pohjustetaan ensin lyhyesti yleistä Sharepoint -alustan teoriaa sekä sitä, miten intranet liittyy siihen.

Loppuosa opinnäytetyöstä käsittelee itse kyselyä sekä sen tuloksia erilaisten mittareiden avulla. Työn tarkoituksena ei ole perehtyä tekniseen toteutukseen tai sitä pohjustavaan teoriaan, vaan saada käytännön mittareita käytännön toteutuksen tukemiseksi.

Polarteknik Oy kehittää innovaatioita ja räätälöi asiakaskeskeisiä ratkaisuja maailmanlaajuisille markkinoille. Tarjolla on perustuotteita mutta myös muokattuja järjestelmiä. Ydintuotteina Polarteknik Oy valmistaa standardi- sekä erikoisvalmisteisia venttiileitä sekä sylintereitä. Osana toimintaa on myös ulkomailta tuonti. Toisena ydintoimintona yritys valmistaa Huittisissa junissa käytettäviä ovijärjestelmiä ollen niiden johtava valmistaja Euroopassa. (Polarteknik Oy [www-sivut](http://www.polar.fi) 2017.)

Edellisessä kappaleessa mainitut junan ovet ovat osa pneumatiikkajärjestelmiä. Komponentit sopivat laaja-alaisesti eri järjestelmiin. Yrityskonsepti mahdollistaa täydet integroidut ratkaisut erilaisille asiakassegmenteille. Yhteistyötä toteutetaan muiden johtavien yritysten kanssa. (Polarteknik Oy [www-sivut](http://www.polar.fi) 2017.)

## 2 LYHYESTI INTRANETISTÄ

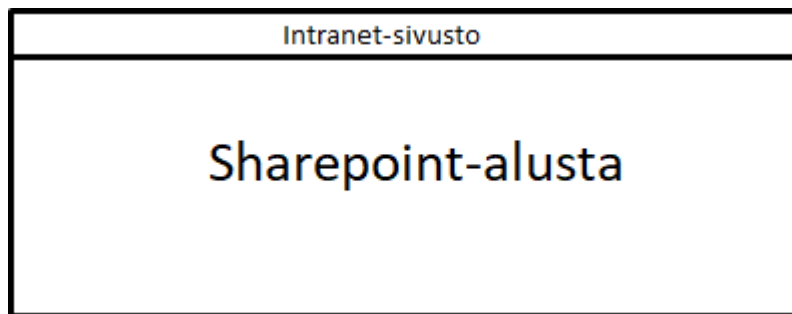
Intranet on yrityksen sisäiseen käyttöön tarkoitettu verkkopalvelu tai sivusto. Sitä kautta voidaan jakaa tietoa etukäteen määrätylle ja suljetulle joukolle. Se mahdollistaa tiedonjakamisen lisäksi myös videon ja äänen välittämisen ja toteutustavasta riippuen siihen voidaan liittää esimerkiksi videopuheluita tai kokouksia verkon yli. Mahdollista on myös tiedostojen jako yrityksen sisällä ja virtuaalisten työtilojen toteuttaminen. (Kielijelppi [www-sivut](http://www.sivut) 2017.)

Intranetin tarkoitus on hyödyntää eri verkkoprotokollia ja tuoda käyttäjien saataville yksityinen tietoverkko. Sen käyttö on mahdollista rajoitetusti ja se erottaa intranetin julkisesta kaikille avoimesta tietoverkosta. Rajoitettu käyttö voidaan toteuttaa kahdella tavalla. Laitteen, jolla intranetin käyttö tapahtuu, tulee olla yrityksen omassa verkossa. Toinen mahdollinen tapa esimerkiksi etätyössä on käyttää VPN-yhteydeksi kutsuttua ”tunneliyhteyttä”. Se toimii julkisen verkon sisällä ja mahdollistaa sisäiseen verkkoon kirjautumisen, vaikka käytettävä päätelaite olisi esimerkiksi kodin kotiverkossa. Tällöin intranetiä voidaan hyödyntää monipuolisemmin sekä käyttää hyväksi sen mahdollisuuksia.

Polarteknik Oy toteuttaa intranet-järjestelmänsä Microsoftin Sharepointin kautta. Se on monikäyttöinen ryhmäalusta, jota voidaan käyttää moneen käyttöön. Sharepoint mahdollistaa käytön kaikilla päätelaitteilla ja integroi palveluita yhteen. Palvelu on mahdollista muokata yrityksen tarpeisiin ulkoista toteutusta myöden. Intranet on lähinnä ohut kerros kokonaisen Sharepoint alustan päällä (kuva 1) eikä irtonainen kokonaisuus. (Sulava.fi [www-sivut](http://www-sivut) 2017)

Sharepoint on Microsoftin tarjoama tuoteperhe. Se kattaa eri tarkoituksiin erilaisia tuotteita, jotka toimivat erilaisiin tarkoituksiin. Sharepoint Online on pilvipohjainen palvelu. Siihen voidaan määrittää esimerkiksi Office 365 -sovelluksia ja hyödyntää pilvipohjaista tallennustilaa. Palvelu on kausimaksullista ja ei sido yritystä isoihin hankintoihin. Palvelusta maksetaan käyttöajan mukaan ja se joustaa huomattavasti enem-

män kuin perinteinen palvelinajattelu. Mahdollisuus integroida valmiita komponentteja yhdeksi palveluksi sekä valmiiden tuotteiden käyttö helpottavat ylläpitoa ja tekevät palvelusta monipuolisen. (SharePoint products and downloads 2017.)



Kuva 1. Intranet ja Sharepoint.

Intranetin tarkoitus on koota verkkotekniikoita hyväksi käyttäen monipuolinen sovel-lusalue. Sen uudistamisen lähtökohtana on korvata vanhentunutta alustatekniikkaa uudella, keskittää viestintäkanavia, muuttaa työkulttuuria liikkuvammaksi sekä koros-taa vuorovaikutusta. Myös yleinen digitalisaatio ja strategiset tavoitteet ovat osa intra-netin tavoitteita. Intranetin tarkoituksena on rakentaa yksi kokonaisuus tiedonjakoon, keskusteluun sekä erilaisille materiaaleille. Yrityksestä riippuen intranet voi koostua eri osioista kohdistettuna eri ryhmille.

(CASE: OP Ryhmän intranet – Kanavaviidakosta yhteen yhteiseen intraan 2017.)

Pitkään yrityksissä viestintä ja tiedonjako on ollut yksisuuntaista ja käyttäjien mahdol-lisuus vaikuttaa sisältöön on ollut pientä. Intranetiä voidaan kutsua yrityksen sisäiseksi sosiaalseksi mediaksi. Se vaatii toimiakseen aktiivisen yhteisön ja toimivan tuotetun sisällön. Käyttäjien huomiointi intranet-alustalla on helppokäyttöisyyttä, hyvin suun-niteltua rakennetta ja matalaa kynnystä ottaa palvelu käyttöön. Käyttöä voidaan pai-nottaa suunnittelulla esimerkiksi dynaamisuuteen tai sosiaalisuuteen.

Vaatimukset nykyajan intranetille ovat laajat. Sen pitäisi olla dynaaminen, muokat-tava, yksilöllinen ja koottu loogisesti. Käytössä olevat palvelut tulisi olla nopeasti ja helposti käytettävissä ja kohdistetusti samalla alustalla. Esimerkiksi Sharepoint Online mahdollistaa lähes työpöytätasaisen laajuisen kokonaisuuden. Esimerkiksi Office365

-elementtejä voidaan koota tukemaan esimerkiksi pilvipalvelun tiedostojen jakamista. Mobiilialustan huomioon ottaminen on otettava myös huomioon, sillä älypuhelin-käyttö on lisääntynyt laitteiden kehittymisen sekä sovellustuotannon kautta oleellisesti. Esimerkiksi Yammer-niminen Office365 -yhteisökeskusteluväline voidaan ottaa käyttöön älypuhelimissa oman sovelluksensa kautta. Se muistuttaa jo suuresti nykyajan somekulttuuria ja tuo elementin myös yritysalueille.

Intranetin tuleva kehityksen suunta on painottunut palvelun hankintaan ulkopuoliselta ja erilaisten komponenttien yhteen kokoamiseen. Yammerin kaltaiset sovellukset sekä elementit muuttavat intranetin ympäristöä koko ajan enemmän perinteistä viestikulttuuria kohti. Esimerkiksi perinteinen ilmoitustaulu-ajattelumalli toki säilyy, mutta se muuttaa muotoaan. Tuotettu sisältö tulee monelta taholta ja perinteinen sisällöntuotto ei ole tärkeässä asemassa. Mahdollista on myös se, että sosiaalinen media integroituu yhä tiiviimmin yritysten sisäpuolelle. Tätä tukee työelämänsä aloittava internet-sukupolvi. Se on elänyt ja tottunut sosiaalisen median kaltaiseen ympäristöön ja tätä halutaan käyttää myös työelämässä.

### 3 MIKÄ ON KYSELYTUTKIMUS

#### 3.1 Kyselytutkimuksen tarkoitus

Kyselytutkimuksen tarkoituksena on saada koottua tietoa erilaisilla kriteereillä. Taustalla on ongelma, jonka ratkaisuun tarvitaan kerättyä tietoa halutulta joukolta. Kerätty tieto analysoidaan ja muutetaan muotoon, josta sitä on helpompi käyttää ongelmanratkaisun tukena. Kohteena käytetään tiettyä joukkoa tai kohderyhmää. Usein kyseessä on jokin perusjoukko, joka voi olla suurikin. (Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen 2017.)



### 3.2 Toteutus

Kyselytutkimuksessa käytetään useimmiten kyselylomaketta ja sen takia joudutaan useasti miettimään eri muuttujia sekä kohderyhmien erilaisuutta. Kohteena olevien vastaajien on kyettävä vastaamaan kysymyksiin nopeasti sekä yksiselitteisesti. Kyselyn onnistuminen edellyttää, että tutkija osaa laajalti ottaa huomioon vastaajien erilaiset taustat, halukkuuden sekä taidot vastata kyselyyn. Esimerkiksi jo lomakkeen pituus vaikuttaa vastaajan halukkuuteen vastata kyselyyn. Kyselylomake kannatta myös tehdä yhteistyössä kohderyhmän edustajan kanssa, mikäli se vain on mahdollista mutta ainakin lopullinen lomake on tarkastutettava edustajalla. Hän näkee mahdolliset ristiriidat ja turhat kysymykset voidaan karsia tai muuttaa.

Kyselylomake tehtiin opinnäytetyön tapauksessa verkkopohjaisesti, sillä sen levitys ja analysointi ovat nopeampaa ja sopivampaa Polarteknik Oy:n kohdalla. Myös käsin täytettävät lomakkeet ovat mahdollisia, mutta ainakin suuremmissa yrityksissä melko työläitä ja hitaita saada vastaajien saataville. Kysymyksiä ei pidä laatia pelkästään täytteeksi. Liian runsas kysymysten määrä on vastausprosentin kannalta vaarallista, lisäksi se uuvuttaa vastaajan ja tekee vastausten analysoinnista työlästä. Tulokset eivät silloin anna oikeaa tietoa, sillä ylimääräiset kysymykset vievät huomiota ja resursseja tärkeistä ja merkitsevistä kysymyksistä. (Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen 2017.)

## 4 KYSELYN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Työkalut ja menetelmät

Kyselytutkimus toteutettiin käyttämällä sähköistä työkalua (kuva 2 ja 3). Satakunnan ammattikorkeakoulu tarjoaa opiskelijoilleen E-lomake -työkalua, jonka avulla oli mahdollisuus toteuttaa tämän työn vaatima kyselypohja. Saatavilla olisi ollut myös

ulkoisten yritysten tarjoamia monipuolisempia työkaluja, mutta niiden ilmaiskäyttö olisi ollut liian rajattua kyselyn vastausten määrään nähden. Vastaukset muutettiin Excel-taulukoksi ja E-lomake -ohjelman luoma oma pohja muokattiin helpommaksi tul-  
kita. Kuvan 4 Excel-taulukko koostuu kolmesta eri kokonaisuudesta.

Lomake	Kentät
txt Tekstikenttä	tekstikenttä
☑ Pudotusvalikko	☑ Valintaruutu
☑ Valintaruuturyhmä	☑ Radionapit
txt Tekstikenttätäulu	i Seilitekti
📄 Valmiit kentät	📄 Tietolähevalikko

Kuva 2. E-lomakkeen käyttöliittymä

Kuva 3. Kyselylomakkeen rakenne

Kysymyksiä on jaettu osiin varsinkin silloin, kun tutkittavana on suurempi alakoko-  
naisuus, josta halutaan omat erilliset tulokset.

Internetin kautta tehtävä kysely sopii sekä otantaan että tässä työssäkin toteutetun kaltaisen tutkimuksen toteuttamiseen, jossa vastaajat valikoituvat vapaasti. Lomake tehtiin kaikille avoimeksi eikä vaatinut tunnuksia, jolloin vastaukset perustuvat halukkuuteen vastata. (Tut.fi www-sivut 2017.)

Tulosten tulkinta on suureksi osaksi lukuihin perustuvaa. Vapaat tekstikentät antavat kuitenkin metodille myös tulkinnanvaraista sisältöä, jolloin tulokset eivät ole pelkästään laskennallisia. Työssä tutkittava ongelma on kuitenkin lähempänä käytännön toteutusta. Tieteellisyyden takia on kuitenkin käytettävä kvantitatiivisia lukuja, jolloin tulkintavirheet jäävät vähäisemmiksi.

#### 4.2 Kyselyn sisältö ja rakenne

Kysymyksiä lomakkeessa on yhdeksäntoista (19), kolmen erilaisen vastaustyyppin kenttinä. Kysely sisälsi monivalinta-, arviointiasteikko- sekä vapaita tekstikenttiä. Tarkoituksena oli saada jokaiselle kysymykselle funktio ja tarkoitus, kuitenkin teemmättä niistä liian monitulkintaisia tai vaikeita vastata. Kysymysten rakenne oli pääosin monivalinnan kautta tehtäviä arvioita vastaajan tavoista käyttää intranetiä sekä kartoittaa haluttuja palveluita ja sisältöjä. Muutamassa tällaisessa kysymyksessä vastausta oli mahdollista tarkentaa avoimessa tekstikentässä. Muutama kysymys perustui käyttäjän mielipiteeseen annettujen sisältöjen tärkeydestä ja käyttötarpeesta, jolloin kysymys toteutettiin käyttämällä arviointiasteikkoa kunkin sisällön kohdalla erikseen. Tässä tapauksessa haluttiin muun muassa tietää vastaajan tarve eri palveluille ja niiden käytöthydelle. Vastauksia oli mahdollista tarkentaa vapaassa tekstikentässä. Kysymykset perustuvat yleiseen tietoon vastaavien kyselyiden rakenteesta sekä annettujen korjausten tuomiin tarkennuksiin yrityksen toimintatavoista.

## 5 TULOSTEN ANALYSOINTI

### 5.1 Yleistä tuloksista

Kyselyn tullessa julkaisuun oli vastaajilla yksi (1) viikko aikaa vastausten lähettämi-  
seen. Tavoitteena oli saada sadasta vastaajasta 50%, mikä tässä tapauksessa tarkoittaa  
50 vastauksen saamista. Vastaajia oli lopulta 48 ja se katsottiin tarpeeksi riittäväksi  
tulosten analysointiin. Muutoin vastausaikaa olisi pidennetty yhdellä (1) viikolla. Tu-  
lokset olivat yleisesti katsottuna keskenään yhdenmukaisia, vaikka poikkeamia löytyi.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	
1			IKÄ							ASEMA		SUKUPUOLI	
2	Tall.id	Tallennusaika	alle 20	21-30	31-40	41-50	51-60	yli 60	työntekijä	esimies	mies	nainen	
3	3	21.3.17 21:49			x					x	x		
4	4	5.4.17 08:06				x				x	x		
5	5	5.4.17 08:17			x				x		x		
6	6	5.4.17 08:20		x					x		x		
7	7	5.4.17 08:20					x		x		x		
8	8	5.4.17 08:24				x			x			x	
9	9	5.4.17 08:24		x					x		x		
10	10	5.4.17 08:29			x				x			x	
11	11	5.4.17 08:32			x				x				
12	12	5.4.17 08:33					x		x		x		
13	13	5.4.17 08:35				x			x		x		
14	14	5.4.17 08:36		x					x		x		
15	15	5.4.17 08:39				x			x		x		
16	16	5.4.17 08:39			x					x	x		
17	17	5.4.17 08:39			x				x		x		

Kuva 4. Vastauslomake

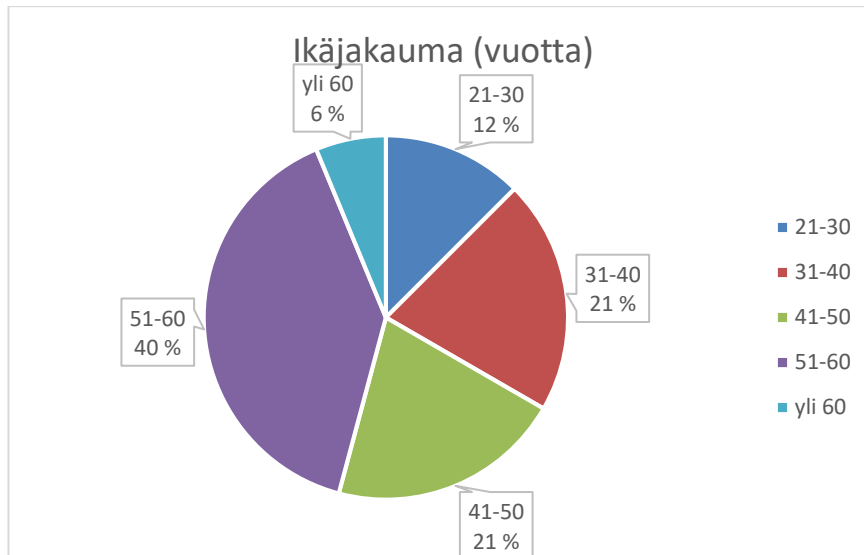
Vastausten luotettavuutta saattavat kuitenkin heikentää satunnaiset virheet. Nämä vir-  
heet ovat inhimillisiä, vaikka virheiden vähentämiseksi lomake tuleekin suunnitella  
huolella. Vastaaja voi ymmärtää väärin kysytyn kysymyksen, jolloin hän tietämättään  
vastaa eri lailla kuin ajattelee. Mahdollista on myös se, että vastaaja valehtelee. Syynä  
voi olla esimerkiksi pelko rehellisyydestä ja sen seurauksista, vaikka lomake olisi täy-  
sin anonyymi. Mikäli kysymys koskee mennyttä käytöstä, saattaa muistettu tilanne  
olla erilainen kuin todellisuudessa tapahtunut. Vastaaja saattaa esimerkiksi kysyessä  
intranetin käytön tiheydestä hahmottaa käyttävänänsä sitä pari kertaa viikossa, vaikka  
todellisuudessa käyttö olisi parhaillaan yhden kerran viikossa. Riippuen annetuista  
vaihtoehtoista on merkitsevää, minkä vastausvaihtoehdon hän valitsee, etenkin mitä  
tarkemmin ne on eritelty. Vastaajalla saattaa olla satunnaisia osatekijöitä, jotka vaikut-  
tavat kyselyn vastauksiin. Erilaiset mielentilat sekä vuorokaudenaika saattavat myös

vaikuttaa vastauksen valintaan, jolloin eri olosuhteissa hän saattaisi vastata eri lailla. Virhe voi johtua teknisestä virheestä, jolloin vastaus kirjataan väärin tai esimerkiksi tässä tapauksessa Excel -kaava saattaa olla väärin kohdennettu. Tämän välttämiseksi tulokset on käyty läpi myös manuaalisesti, jotta ne täsmäivät automaattisesti luotujen tulosten kanssa. (Akin menetelmäblogi 2017.)

Huomioitava on myös vastaajien kato. Tässä tutkimuksessa, kuten todettiin, vastasi alle 50% kaikista niistä, joille kysely lähetettiin. 52% ei-vastaajaa saattaa olla eri mieltä kuin vastannut puolisko. Kuitenkin ottaen huomioon vastanneiden yhdenmukaisuuden esimerkiksi tiedonhaun kohdalla, on hyvin todennäköistä ei-vastaajat ovat yleisellä tasolla samaa mieltä. On myös todennäköistä, että esimerkiksi ikäjakauma on samankaltainen sen puoliskon kanssa, joka kyselyyn on vastannut. Tutkimustulokset voivat kuitenkin olla täysin käyttökelpoisia, sillä taustalla on etenkin käytännön tutkimuksessa oikeita ja todellisia mielipiteitä. (Akin menetelmäblogi 2017.)

## 5.2 Vastaajien rakenne ja asema

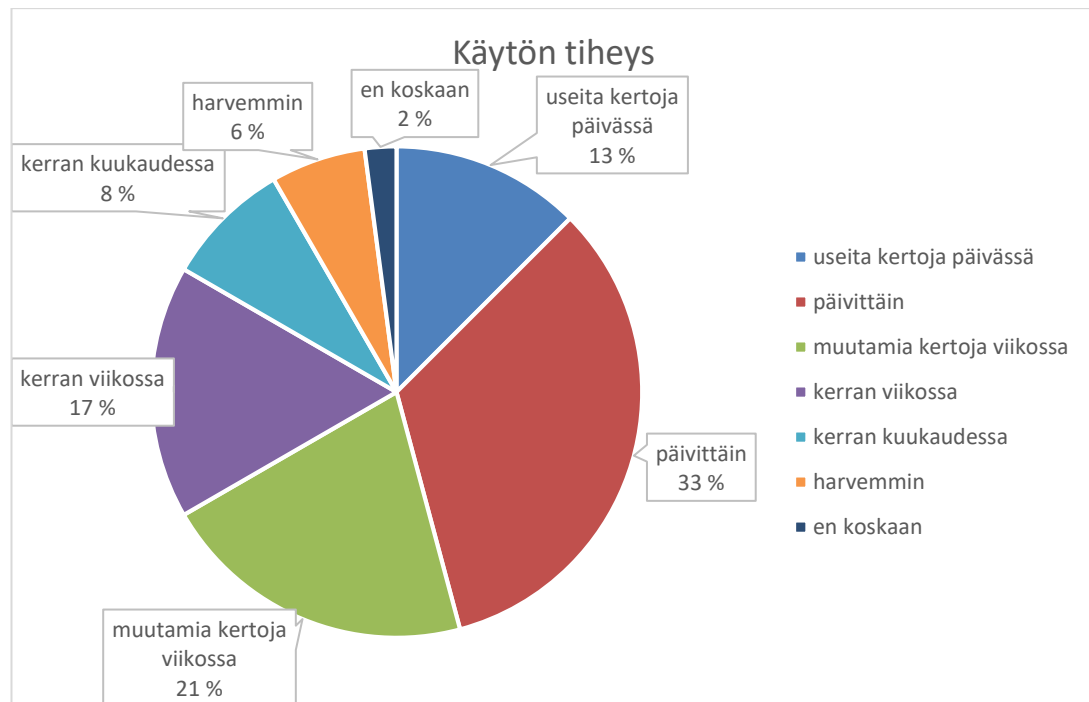
Kyselylomakkeen alussa kartoitettiin vastaajien ikäluokkia, asemaa, ikää ja sukupuolta. Tällä saadaan hahmotettua käsitys siitä, millainen rakenne vastaajista syntyy. On mahdollista, että se vaikuttaa vastaajan antamiin vastauksiin, vaikka yksittäisten vastaajien tuloksia ei erikseen tutkita. Kyselytutkimuksen loppupäätelmä koostuu kuitenkin yleisestä käsityksestä siitä, mitä käsitelty joukko haluaa. Se taas muodostuu jokaisen erillisen vastaajan tuloksista. Valtaosa vastaajista sijoittui ikäluokkaan viisikymmentä (50) vuotta täyttäneet. Toiseksi suurin ryhmä koostui 31-40 -vuotiaista sekä 41-50 -vuotiaista. Valtaosa näistä mainituista enemmistöryhmistä edusti työntekijöitä. Esimiehiä oli hajautetummin eri ikäryhmissä. Tämä on luonnollista, sillä työntekijöitä on muutenkin enemmän. Sukupuolijakauma oli myös selkeä miesvaltaisuudessaan. Diagrammissa kuvataan (kuva 5.) eri ikäluokkien jakaumaa vastaajien kesken. Nuorin ikäluokka oli 21-30 -vuotiaita, vanhimmat vastaajat yli kuusikymmentä (60)-vuotiaita. Diagrammista voidaan selkeästi todeta suurimman ikäryhmän olevan 50-60 vuoden välillä.



Kuva 5. Ikäjakautuma.

### 5.3 Käyttöiheys ja laitteisto

Kysymyksessä selvitettiin, miten usein vastaaja käyttää intranettiä ja miksi käyttöä ei ollut. Valtaosa käyttää intraa päivittäin tai muutamia kertoja viikossa. Pieni osa vastaajista käytti intraa monia kertoja päivässä. Muutamat kertoivat, etteivät käytä intraa oikeastaan ollenkaan. Loput vastaajista käyttivät intraa satunnaisesti kerran viikossa tai kerran kuukaudessa. Kuvassa 6 on esitetty kuinka usein kyselyyn vastanneet käyttävät Polarteknik Oy:n intranettiä. Parhaimmillaan käyttöä on monta kertaa päivässä, mutta pieni osa vastaajia ei ole käyttänyt intraa koskaan. Yksi kolmasosa vastaajista käyttää intranettiä kuitenkin hyvinkin aktiivisesti.



Kuva 6. Käytön tiheys.

Ne, jotka eivät intraa käytä tai käyttävät todella harvoin, kertovat intran avaamisen olevan työlästä. Käyttöä haluaan yksinkertaisemmaksi ja nopeammaksi. Osa intrasta on myös vieraskielistä, mikä vaikuttaa käyttömukavuuteen ja helppouteen. Suurin osa vastaajista kuitenkin perusti harvan käyttönsä hitaaseen avautumisprosessiin. Intralle on kuitenkin tarve osalle työntekijöistä päivittäin, joten edellä mainitun avautumisprosessin nopeuttaminen ja sujuvampi käyttökokemus ovat korjattavia ongelmakohtia. Syyksi kukaan ei kertonut osaamattomuuttaan käyttää intraa tai vaikeutta löytää tarvitsemaansa tietoa. Ongelma on siten melko tekninen ja se ei perustu käyttäjistä riippuvista osa-alueista, kuten esimerkiksi osaamattomuus tai tietotaidon puute.

Yksi käytön vähäisyyden peruste oli sisällön puute, uutta sisältöä ei juurikaan tule. Tälle ongelmalle on tehty oma kyselyalueensa, jota käsitellään myöhemmin. Tiedossa on kuitenkin intran suppea sisältö ja se on osa yksi alkuperäistä ongelmaa, minkä vuoksi työ tehdään. Se olisi myös ainakin osittainen ratkaisu intranetin käytön lisäämiseksi.

Käytettävät laitteet Polarteknik Oy:ssä ovat käytännössä oma tietokone ja älypuhelin. Tabletteja ei ole käytössä. Kun kysyttiin, millä laitteella vastaaja mieluiten haluaisi

intraa käyttää, lähestulkoon jokainen halusi käyttää intraa omalla koneellaan siitä huolimatta, että käytössä on älypuhelimia. Se ei kuitenkaan tarkoita, etteikö optimointia älypuhelimille kannattaisi toteuttaa. Vain muutama vastaaja halusi käyttää intraa mieluummin älypuhelimella.

## 6 TIEDONSAANTI JA SISÄLTÖ

### 6.1 Tiedon saantitavat

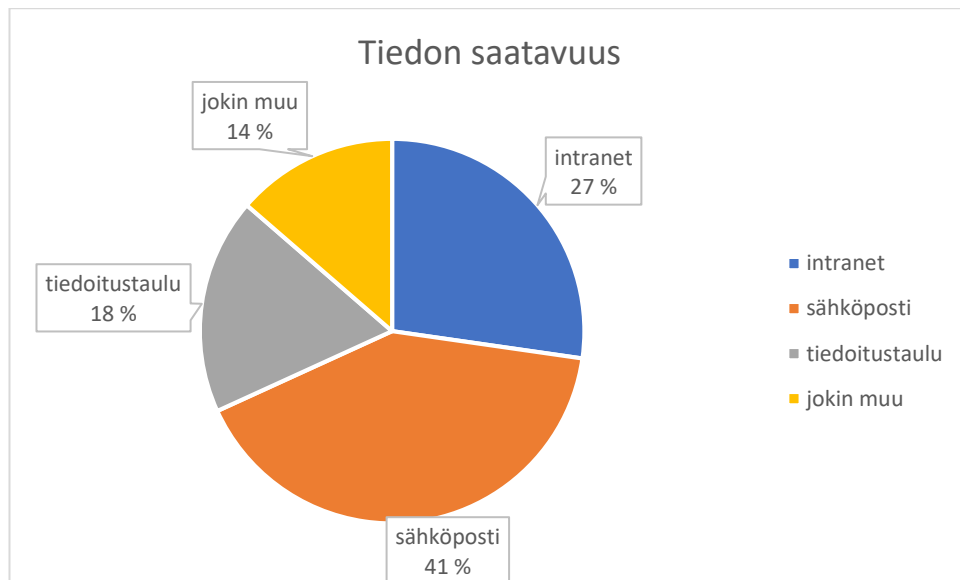
Lomakkeessa kartoitettiin tapoja, joiden kautta vastaajat saavat tietoa ajankohtaisista asioista. Vaihtoehtoina annettiin intranet, sähköposti, tiedotustaulu tai jokin muu, jolloin vastaaja sai itse tarkentaa vastausta. Intranetin asema tiedonsaannissa oli saaduissa vastauksissa toiseksi käytetyin tapa. Sähköpostia pidettiin yleisimpänä tapana saada tietoa ajankohtaisista asioista ja sen valitsi lähes jokainen vastaajista. Sähköpostin lisäksi monet olivat valinneet intranetin tai tiedotustaulun. Pelkästään intranetistä tietoa saavia oli vähän. Tällä hetkellä intranet ei siis ole riittävä itsessään tiedonsaannin kanalta, koska niin moni valitsi myös sähköpostin. Käytännössä vastaajat kuitenkin käyttävät monia kanavia, eikä esimerkiksi sähköpostia voida suoraan verrata intranetin käyttöön. Tällöin vastauksia ei voida tutkia yksipuolisesti lukujen perusteella, sillä käytäntö on monimutkaisempaa.

Usea vastaaja kertoo tiedonsaannin kanavaksi niin sanotun puskaradion. He kokevat saavansa tiedon nopeimmin huhujen tai työkaverien kautta, vaikka käyttäisivät intraa. Osa mainitsee kanavakseen myös viikkopalaverit ja talon sisäiset tiedotustilaisuudet. Näitä vastaajia oli kuitenkin vain muutama.

Kuvan 7 diagrammissa on kuvattu jakauma eri tavoista, joilla yrityksen sisäisistä asioista on saatu tietoa. Ylivoimaisesti yleisin tapa on sähköpostin kautta tapahtuva tiedonsaanti. Intranet on seuraavaksi seuratuin kanava siitäkin huolimatta, että siitä on annettu negatiivistakin palautetta. Tämä vahvistaa lisää intranetin asemaa ja kehityksen tarvetta. Perinteinen tiedotustaulu on kuitenkin käytössä lähes 20% vastaajista.



Vastaukseen ”jokin muu” sisältyi esimerkiksi edellä mainitut viikkopalaverit, talon sisäiset tiedotustilaisuudet ja työntekijöiden kesken käytävä tiedonvaihto. Diagrammista käy myös ilmi digitalisoitumisen vaikutus, johon intranet antaa monet mahdollisuudet.



Kuva 7. Tiedon saatavuus.

Käytännössä tiedon saatavuutta pitäisi työn näkökulmasta ohjata enemmän intranet-alustalle. Se on mahdollista ohjaamalla sisäisen tieto mahdollisimman monipuolisesti ja Sharepointin työkaluja käyttäen yhden kokonaisuuden alle. Annettava tieto saattaa olla esimerkiksi tiedote. Se kuitenkin saattaa hukkuu huonolla esittämistavalla muiden tiedotteiden sekaan. Tämä on otettava huomioon, kun esitettävän tiedon julkaisutapaa valitsee. Sähköpostia voisi mahdollisesti hyödyntää käytettäväksi intranetin rinnalla esimerkiksi suurimpien tapahtumien linkkinä. Ratkaisua miettiessä on otettava huomioon se, ettei työtä tule lisää. Esimerkiksi edellä mainittu sähköpostin käyttö apuvälineenä lisäisi vain käyttäjän vaivaa, kun ilmoituksen voisi lukea suoraan sähköpostista. intranetin avaus ja saatavuus nopeasti ja mutkattomasti, jopa automaattisesti, voisi edistää kootun tiedon käyttöä. Kun tieto on koottu yhteen paikkaan, ei kynnys käytölle saa olla suuri.

Kyselyssäkin ilmi käynyt ongelma niin sanotusta puskaradiosta olisi ratkaistavissa mahdollisimman monipuolisella ja avoimella virallisella tiedonannolla, johon kaikilla on pääsy.

## 6.2 Tiedonsaannin määrällisyys ja haetut tiedot

Tiedonsaannin sopivaa määrää kartoitettiin liikaa – en ollenkaan -arviointiasteikolla. Liikaa-vaihtoehto tarkoittaa suurta määrää tietoa, kun taas en ollenkaan -vaihtoehto tarkoittaa todella vähäisen tiedon saatavuutta tai sitä ei saa ollenkaan. Kysymyksellä haluttiin selvittää vastaajien kokemus siitä, saavatko he tarpeeksi tietoa ajankohtaisista asioista. Jokainen vastaajista sai tietoa ainakin jossain määrin, joten ”en ollenkaan”-vastauksia ei tullut. Kukaan ei myöskään kokenut saavansa liikaa tietoa. Vastaukset sijoittuivat siis keskivaiheille, jossa noin puolet vastaajista koki saavansa tietoa sopivasti ja toinen puoli koki tiedonsaannin liian vähäisenä. Vastaus määrällisyyden ongelmaan on melko suorasukainen, sillä jos puolet vastaajista pitää tiedonsaantia liian vähäisenä on se yksi ratkaistavista ongelmista.

Avoimella kysymyksellä kartoitettiin sitä, mitä palveluita/tietoa vastaaja hakee intrasta. Vastauksia oli laidasta laitaan, kuten avoimessa vastauksessa voidaankin olettaa. Yleisimmin intrasta haetaan tiedotteita, uutisia, lomakkeita, yhteystietoja sekä ohjeistuksia. Lisäksi lista sisälsi monia yksittäisiä asioita, joita mainittiin satunnaisten vastaajien kohdalla. Näihin sisältyi muun muassa ruokalistaan sekä työterveyteen liittyviä asioita. Kuvan 8 taulukossa on koottuna vastaajien hakemia tieto-otsikoita. Osa oli monen vastaajan mielestä tärkeää, mutta joukossa on myös yksittäisten vastaajien vastauksia.

logot linkit tapahtumat pöytäkirjat vakuutukset lomat pekkaset työterveys	dokumenttipohjat yleiset tiedot yhtiöstä toimintajärjestelmä kaavakkeet työsuojelu markkinointimateriaali ruokalista tulevia tapahtumia ja koulutuksia
------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kuva 8. Haetut palvelut.

### 6.3 Halutut palvelut

Kehittämisen kannalta on tärkeä tietää, mitä palveluita intrassa pitäisi vastaajien mukaan olla. Tätä selvitettiin avoimella kysymyksellä, jossa kysyttiin mitä vastaaja haluaisi löytää intrasta. Vastauksia oli edellisen kysymyksen lailla laidasta laitaan. Moni vastaajista mainitsi tietoja, joita edellisessä kysymyksessä ei oltu vastauksissa mainittu ollenkaan. Osa asioista oli kuitenkin samoja. Kuvan 9 taulukossa on listattuna vastaajien toiveita intranetin sisällöstä. Huomattavissa on poikkeavuuksia verrattuna siihen mitä ominaisuuksia edellisessä kysymyksessä tällä hetkellä haetaan. Useita ei löydy tällä hetkellä. Monet alla olevista asioista on mahdollista toteuttaa perusmenetelmin, jossa jokainen aihe sijoitetaan sopivaan alakategoriaansa. Osan sivuista tulisi yhdistää liiallisten pienten sivujen välttämiseksi. Kun mietitään asiaotsikoiden rakennetta ja järjestystä, saattavat liiat alaotsikot vaikeuttaa etsityn tiedon löytämistä. Millä tavalla käyttäjä esimerkiksi löytää vierailijat-alaotsikon tai osaa yhdistää tietyn palvelun tiettyyn alaotsikkoon. Yleisesti tarkastellessa haluttuja alasivuja huomaa niiden olevan hyvin työarjen ja käytännön tiedon perusasioita, mikä tekee tiedon löytämisen helpoudesta tärkeää. Mahdollisuuksia on palveluihin, joita ei ole kyselykaavakkeessa mainittu. Mahdollista on toteuttaa esimerkiksi Lync-ohjelmaan perustuvia virtuaalialustoja.

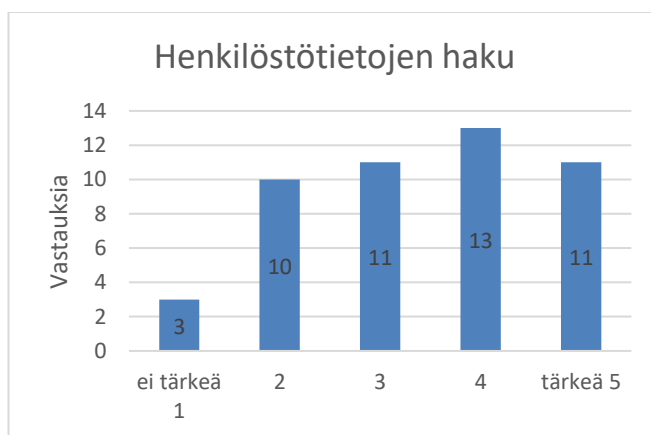
keskustelupalsta yrityksessä tapahtuvat muutokset palautefoorumi yt-kokousten ajankohdat suunnitelmat tulevaisuudessa palautteita auditoinneista avoimet työpaikat vierailijat anonyymi palautelaatikko	kaupat tarjoukset uudet työntekijät ajan tasalla oleva yritysinfo ulkopuolille tuotannon mittarit koulutukset bonusjärjestelmä mittareiden määritteet
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Kuva 9. Halutut palvelut

#### 6.4 Valikoitujen sisältöjen tärkeys

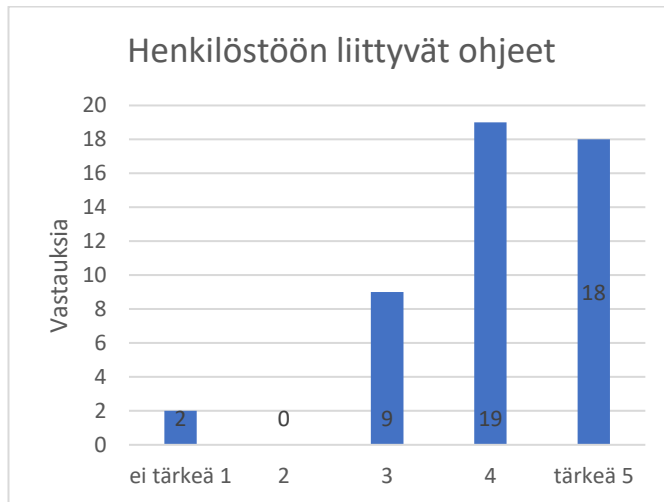
Tiettyjen valikoitujen sisältöjen tärkeyttä vastaajille selvitettiin erillisellä kokonaisuudella, jossa vastaajat antoivat arvion 1-5, jossa yksi on vähiten tärkein ja viisi on todella tärkeää. Arvioidut sisällöt olivat henkilöstötietojen haku, henkilöstöön liittyvät ohjeet, keskustelu- ja palautefoorumi, toimintajärjestelmän laatuohjeet ja prosessit, mittarien saatavuus, lomakkeet ja lomakepohjat, materiaalipankki ja markkinauutiset. Kysymys oli laaja, joten se pilkottiin erilliseksi taulukoksi. Seuraavassa käydään läpi jokaisen edellä listatun sisällön keskimääräiset arviot käyttäen asteikkoa 1-5 (ei-tärkeä – tärkeä). Jokainen vastaus on jaettu omaksi diagrammiksi.

Henkilöstötietojen haussa eniten valintoja annettiin arvolla 4. Seuraavaksi eniten arvioita annettiin 5 ja 3 arvolla. Vain muutama vastaaja piti henkilöstötietojen hakua ei-tärkeänä. Kuvan 10 diagrammi kuvaa henkilöstötietojen haun tärkeyden jakaantumista. Diagrammista voidaan päätellä, että henkilöstötietojen löytymistä arvostettiin tasaisesti jokaisessa kategoriassa. Vain kolme vastaajaa oli sitä mieltä, että henkilöstötietojen haku ei ole ollenkaan tarpeellista. Suurin osa vastaajista piti ominaisuutta melko tärkeänä. Yleisellä tasolla henkilöstötietojen löytyminen on intranetin perusominaisuus, joten henkilöstötietojen haun vastaukset eivät olisi vaikuttaneet lopputulokseen. Henkilöstötietojen haku olisi yhdistettävissä muihin ominaisuuksiin, kuten virtuaalisiin alustoihin, joten se toimii osittain pohjana muille toiminnoille.



Kuva 10. Henkilöstötietojen tärkeysarvio.

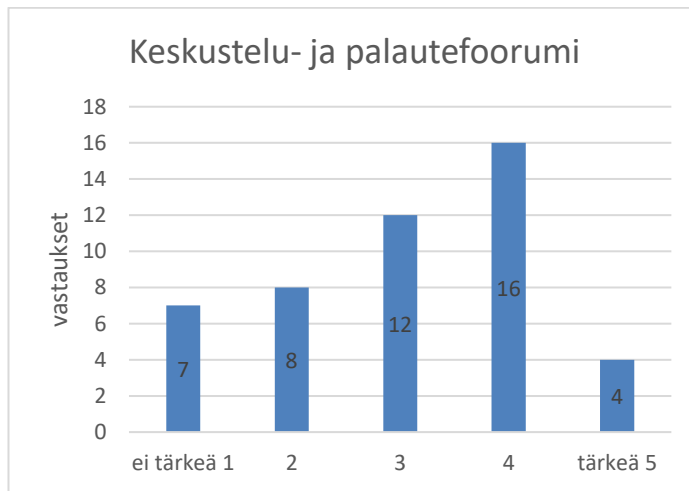
Seuraavaksi arvioitiin henkilöstöön liittyvien ohjeiden löytäminen (kuva 11.). Näihin sisältyy erinäisiä ohjeistuksia yrityksen sisällä ja kategoriaan saattaa sisältyä liitännäissivustoja niiden laajuudesta riippuen. Tulosten perusteella on huomattavaa se, että henkilöstö haluaa selkeitä ohjeita selkeästi samasta paikasta. Tämän huomaa siitä, että henkilöstöön liittyvissä ohjeissa painotus on selkeästi ”tärkeä”, sillä vain pieni osa vastaajista piti sisältöä ei-tärkeänä. Eniten arvioita annettiin asteikolla 4 ja 5. Henkilökunnan ohjeet ja toimintatavat pitäisi suunnitella helposti löydettäväksi ja omaksi kategoriakseen, sillä kokonaisuus on laaja. Ohjeet sijoitetaan eri alaotsikoiden alle. Lisäksi ohjeistuksiin voisi liittää linkin esimerkiksi lomakkeisiin.



Kuva 11. Henkilöstöön liittyvät ohjeet.

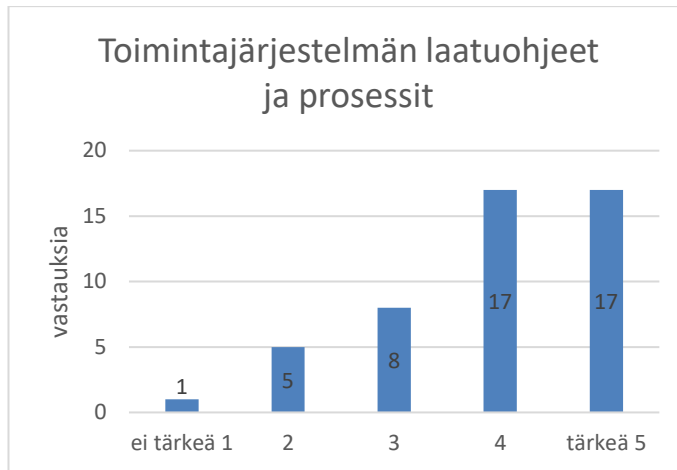
Seuraavaksi kyselyssä arvioitiin tarvetta erilliselle keskustelufoorumille. Siellä olisi mahdollisuus jakaa keskusteltavat aiheet erilaisiin alakategorioihin. Kategorioita olisi liittyen yrityksen sisäisiin työasioihin, mutta kyselyssä toivottiin myös vapaamuotoisempia aiheita kuten osto -ja myyntipalsta. Käyttäjii tulisi kannustaa keskustelualueen käyttöön, sillä ilman käyttäjiä sillä ei ole käyttöarvoa. Myös ylläpidollisia asioita tulisi miettiä keskustelu -ja palautefoorumin toteutuksessa. Tämä saattaa olla suurempi haaste kuin itse toteutus. Perinteistä keskustelufoorumia kuitenkin arvostettiin eikä kyselyssä pyydetty esimerkiksi Facebookin kaltaista kanavaa. Keskustelu- ja palautefoorumin tarve jakaantui melko tasaisesti vastaajien kesken (kuva 12). Valtaosa vastaajista sijoittui 3 ja 4 arvion paikkeille, mikä tarkoittaa sitä, että toteutus kannattaa tehdä. Se osoittaa sen, että ominaisuudelle olisi käyttöä. Todella tärkeänä sitä piti vain pieni

osa vastaajista. Ominaisuuden lisääminen on silti tarpeellista, koska moni vuorovai-  
kutteen aihe on mahdollista toteuttaa sen kautta.



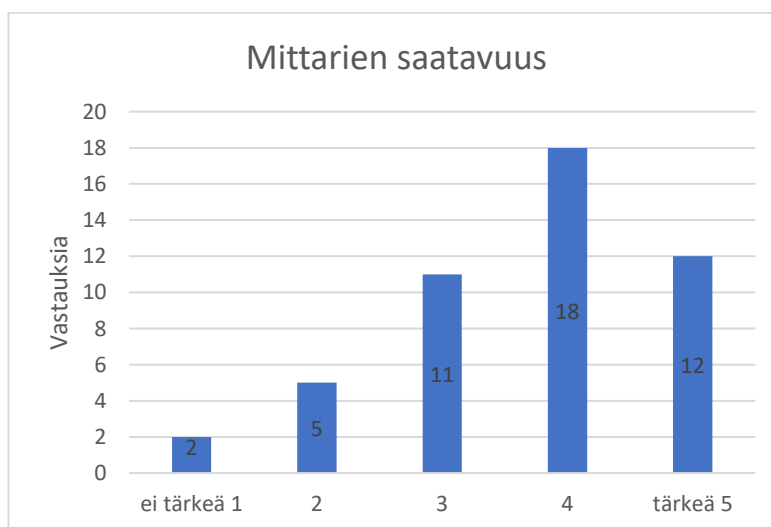
Kuva 12. Keskustelu- ja palautefoorumi.

Tämän jälkeen kyselyssä selvitettiin toimintajärjestelmän laatuohjeita ja prosesseja. Ne kattavat ohjeistuksia ja tietoa siitä, miten toimintajärjestelmä ja tuotanto toimii sekä miten niiden kanssa tulisi toimia, jotta se olisi vaatimuksien mukaista. Valtaosa vastaajista piti näiden tietojen saatavuutta tärkeänä tai todella tärkeänä. Kyseessä on kuitenkin yrityksen toiminnan ydin, joka ohjaa muuta toimintaa. Se on sen lisäksi kyselyssäkin toivottu ominaisuus. Kuvassa 13 on jakauma toimintajärjestelmän laatuohjeiden ja prosessit -alueen tärkeydestä. On huomattavaa, että vain yksi vastaajista piti ominaisuutta ei-tärkeänä ja suurimmat jakaumat ovat asteikon yläpäässä (3-4). Intranetissä tälle alueelle on varattava oma pääsivustonsa, jonka alle muut alakategoriat jakaantuvat. Sivun olisi hyvä myös sijoittaa paikalle, josta se on mahdollisimman varmasti löydettävissä.



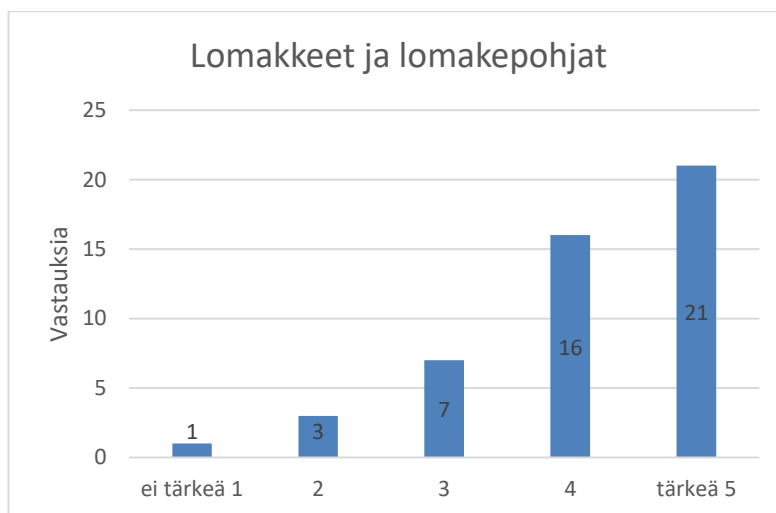
Kuva 13. Toimintajärjestelmän laatuohjeet ja prosessit.

Yrityselämässä mittareilla tarkoitetaan tapaa seurata yrityksen menestystä ja taloudellista historiaa. Yrityksen visio ja strategia muutetaan käytännön toiminnaksi. Eri tavoitteille laaditaan omat mittarit. Niiden avulla kehitystä voidaan seurata myös konkreettisen tason ulkopuolella. Näin toiminnan kehittäminen perustuu tietoon ja hallittuun tiedonkeruuseen. Työvälineenä mittaristo on tärkeä erityisesti johdolle, mutta myös työntekijät hyötyvät siitä. (OAMK www-sivut 2017.). Kuvan 14 diagrammissa on kuvattuna mittarien saatavuuden tulokset. Mittarien saatavuutta pidettiin pääosin tärkeänä ja vain muutama vastaajista piti sitä ei-tärkeänä. Koska kyseessä on yksi yrityksen toiminnan ydin, jonka tietämys auttaa etenkin johtoa, mutta myös työntekijöiden työtä, on kyselyssä oleva lopputulos jopa odotettavissa. Toiminto tulisi sijoittaa omaksi pääosastokseen tai yhdeksi suuremmaksi alaosastoksi.



Kuva 14. Mittarien saatavuus.

Seuraava osa-alue koski lomakkeiden ja lomakepohjien löytymistä tulevasta intranetistä. Valmiilla pohjilla ja lomakkeilla asiointi on nopeampaa ja asiointi on yhdenmukaista. Lomakkeet voisivat toimia esimerkiksi toimintaohjeiden kyljessä sekä omana kokonaisuutenaan, usein ne liittyvät yhteen jollain tavalla. Eri tyyppiset lomakkeet jaettaisiin eli alakategorioihin sen mukaan mihin toimialueeseen tai vastaavaan ne liittyvät. Tässäkin tapauksessa tieto on yksi ydintoiminnoista, joten se on sijoitettava näkyvästi ja helposti löydettäväksi. Kuvan 15 diagrammista näkyy vastaajien antamat tulokset kyseisen ominaisuuden tärkeyden mittaamiseen. Lomakkeita ja lomakepohjia pidettiin todella tärkeänä, mikä käy ilmi myös aikaisemmasta kysymyksestä jossa kartoitettiin haettuja sisältöjä. Lomakkeet ja lomakepohjat ovat lähestulkoon tärkeimpänä pidetty ominaisuus, sillä vain murto-osa vastauksista asettui arvolle 1-3. Loput vastaajista selkeästi pitivät ominaisuutta tärkeänä tai todella tärkeänä.

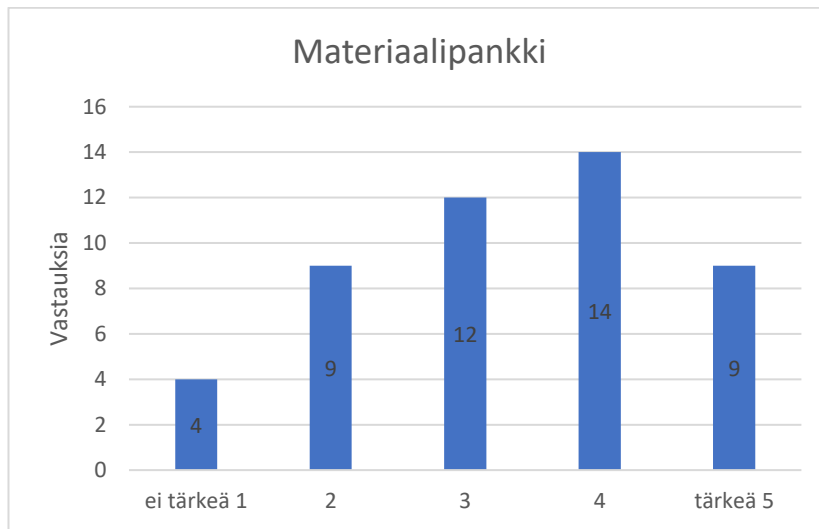


Kuva 15. Lomakkeet ja lomakepohjat

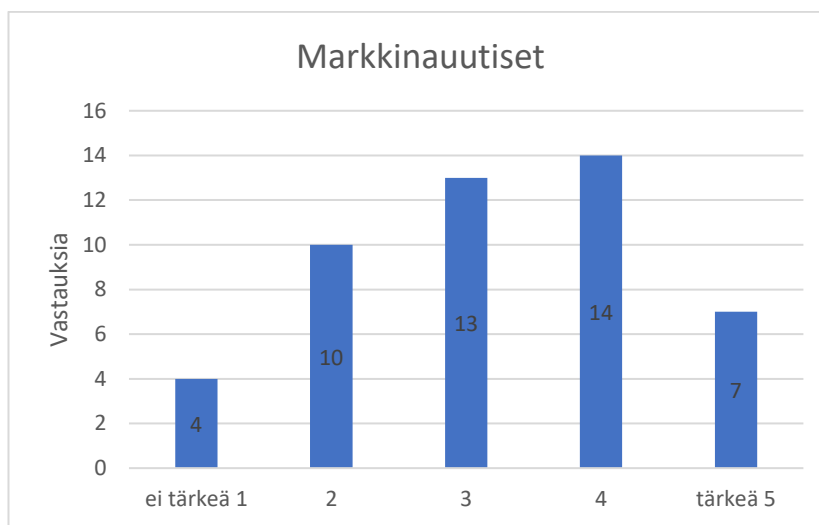
Materiaalipankki on intranetin osa, josta käyttäjä saa valmista tuotettua materiaalia liittyen työhönsä. Materiaalipankissa voi olla myös ulkopuolisille tarkoitettua materiaalia. Joustavinta ja tehokkainta on ajatusmalli, jossa työntekijät itse myös tuottavat ja lataavat materiaaleja toistensa käyttöön. Tämä toiminto olisi mahdollista toteuttaa vuorovaikutteisella toteutuksella, jossa sisällöntuottajat tulevat monesta suunnasta. Kuvan 16 diagrammissa on kuvattu materiaalipankin tarpeellisuutta vastaajien kesken. Materiaalipankki pisteytettiin melko tasaisesti eikä sitä pidetty selkeästi todella tärkeänä tai ei-tärkeänä. Materiaaleja käytetään siis lähinnä tarvittaessa mutta, ne ovat



siitä huolimatta tarpeellisia ja nopeuttavat työtä. Myös markkinauutiset jakaantuivat melko samalla tavalla (kuva 17) ja niitä ei pidetty selkeästi todella tärkeänä tai ei-tärkeänä. Voidaankin tulkita tarpeen olevan olemassa, mutta se ei ole kriittinen.



Kuva 16. Materiaalipankki.



Kuva 17. Markkinauutiset

## 6.5 Ulkoasun merkitys

Eräässä kysymyksessä selvitettiin intranetin ulkoasun merkitystä vastaajille. Kysymykseen oli mahdollista vastata tärkeän ja ei tärkeän välillä. Valtaosa vastaajista piti ulkoasua joko tärkeänä tai jonkin verran tärkeänä. Intranetin ulkoasu antaa kuitenkin

ensivaikutelman yrityksen imagosta ja vaikuttaa käyttäjien mieltymykseen käyttää palvelua. Toteutustapoja on muutama ja ne riippuvat halutusta imagosta.

Yleisesti intranetin ulkoasua voidaan ajatella kahdella eri tavalla. Halutaanko tehdä intrasta vahvasti brändi, jolloin sitä voidaan ajatella juuri tietyn yrityksen erityispiirteitä korostava kokemuksena. Ulkoasu voidaan nähdä myös helppona standardina. Silloin kokemus on enemmän työkalumainen. Näin intranet toimii samalla tavalla kuin tekstinkäsittelyohjelma, joka on tuttu jokaiselle sitä ennenkin käyttäneelle.

Polarteknik Oy:n kohdalla ulkoasun suunnittelulla halutaan välttää työkalumaisuutta ja suunnitella se selkeästi yrityksen kaltaiseksi. Tämä käy ilmi myös tehdystä kyselystä jossain ulkoasua pidettiin pääosin tärkeänä. Ulkoasua ja sen suunnittelua mietittäessä voidaan ajatella seuraavaa rakennetta:

1. Suunnittele informaatio-arkkitehtuuri
2. Suunnittele sovellukset
3. Määrittele sisältötyypit
4. Määrittele metadata
5. Suunnittele sivupohjat ja ulkoasu

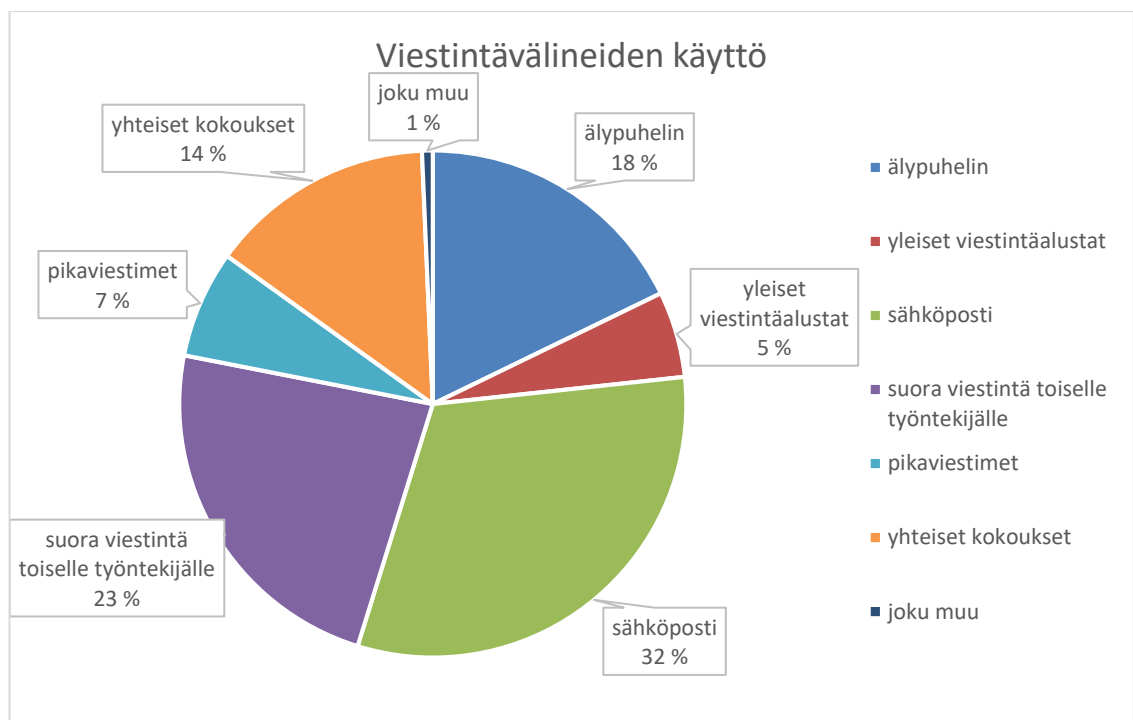
Kun seuraa suunnittelun rakennetta, on huomattava, että ulkoasu itsessään on lopussa tehtävä pintatoteutus. Kuitenkin toteutuksen rakenne vaikuttaa ulkoasuun esimerkiksi valikkojen ja niiden alaosastojen muodossa.

(Sulava.fi www-sivut 2017)

## 6.6 Vastaajien viestintävälineet

Kysymyksessä selvitettiin, millaisia työvälineitä vastaajat käyttävät viestintään. Vaihtoehtoina mainittiin älypuhelin, yleiset viestintäalustat, sähköposti, suora viestintä työntekijöiden kesken, pikaviestimet sekä yhteiset kokoukset. Lähes poikkeuksetta jokainen vastaaja käytti sähköpostia, joka on kyselyn tulosten mukaan yleisin viestintäväline. Suora viestintä työntekijöiden kesken osoittautui seuraavaksi yleisimmäksi

viestintävälineeksi. Tämä tukee osittain aikaisempaa tulosta siitä, miten vapaassa palautteessa ilmaistiin tiedon usein kulkevan työntekijöiden välillä. Älypuhelin oli kolmanneksi suosituin viestintäväline. Huomioon ottaen miten kyselyn tulos vaikuttaa intranetin kehitykseen, on ratkaistavana kaksi ongelmaa. Miten kyselyssäkin mainittua suora viestintää työntekijältä toiselle saadaan ohjattua hallittuihin alustoihin ja miten esimerkiksi älypuhelin saataisiin suuremmalle hyötykäytölle. Suurin kysymys on se, miten intranetin suunnittelulla voidaan vaikuttaa näihin ongelmiin. Kuvassa 18 näkyy segmentteinä, miten työntekijöiden ja esimiesten viestintävälineiden käyttö jakaantuu.



Kuva 18. Viestintävälineiden käyttö.

## 6.7 Esille tulleet pääkohdat palautteesta ja sen anto

Intran jatkokehitystä ajatellen selvitettiin kyselyssä vastaajien halua antaa jatkossa palautetta. Vaihtoehdot olivat yksinkertaisesti kyllä tai ei. Vastaajista 68% on myös jatkossa valmis käyttämään palautelaatikkoa. Palautetta voitaisiin ohjata myös keskustelualueelle. Vaihtoehtoisesti palautteelle olisi luotava oma erillinen sivunsa, mikäli palaute koetaan liian vaikeaksi löytää keskustelufoorumeilta. Vaihtoehtoina on keskittää

palaute yhteen paikkaan tai antaa mahdollisuus palautteen antoon monen kanavan kautta.

Kyselylomakkeen pohjalta voidaan nähdä yleiskuva ongelmista ja miten niitä olisi toteutettava käytännöntasolla. Erityisesti esille tulivat nykyisen intranetin monimutkaisuus sekä sisällön puute. Käytön hitaus on myös yksi suurimmista ongelmista ja jatkossa intran saatavuuden olisi hyvä olla yhden kirjautumisen takana. Vanhan pohjan käyttö selittää osan ongelmista ja intranetin sisällön tuotto sekä suunnittelu ovat suuritöisin osa intranetin toteutusta. On toki huomioitava myös pintapuolisemmat osa-alueet kuten palvelun ulkoasu.

## 7 LOPPUTIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tekeminen alkoi yleisestä selvityksestä sisältäen millainen yritys on ja mitä esitetyn ongelman taustalla on. Pohjana käytettiin vanhaa pohjaa edellisestä intranet-versiosta. Kyselykaavaketta varten tein tutkimusta mahdollisista käytettävistä kysymyksistä ja siitä miten kyselytutkimus yleisesti kannattaa toteuttaa. Itse kysely suoritettiin E-lomake -verkkopohjaisella ohjelmistolla. Tuloksista on tehty Excel-kaavio. Se toimii pohjana työssä esitetyille kaavioille ja tilastoille. Excel-kaavion avulla laskin kunkin vastauksen jakauman ja suhteutin ne muihin vastauksiin. Saadut tulokset on selvitetty osa-alueittain niin kirjallisesti kuin graafeilla.

Tämä opinnäytetyön rinnalle on tehty samaa yritystä ja samaa aihetta eri näkökulmasta käsittelevä sisartyö. Tämän työn on tarkoitus myös tukea tätä toista opinnäytetyötä. Tämän vuoksi työssäni on painotettu erityisesti kyselytutkimuksessa käsiteltyjä aiheita, jolloin tekninen toteutus ja painotus on siirtynyt edellä mainitulle toiselle työlle. Teknistä pohjaa on kuitenkin avattu sen verran, että lukija ymmärtää, mistä esimerkiksi Sharepointissa on kyse.

Lopullisena tavoitteena oli saada esille syyt intranetin käytön ongelmista ja löytää konkreettisesti ne osa-alueet, joissa ongelmia eniten esiintyi. Tuloksia voidaan käyttää pohjana lopulliselle toteutukselle.

## LÄHTEET

Akin menetelmäblogi. Kyselytutkimuksen luotettavuus. Viitattu 3.3.2017

<https://tilastoapu.wordpress.com/2012/03/13/kyselytutkimuksen-luotettavuus/>

CASE: OP Ryhmän intranet – Kanavaviidakosta yhteen yhteiseen intraan. Viitattu 19.10.2017

<https://intranet-ostajanopas.fi/2017/01/16/case-op-ryhman-intranet/>

Kielijelppi www-sivut. Intranet. Viitattu 11.2.2017

<http://kielijelppi.virtamieli.fi/verkkoviestinta/intranet>

OAMK www-sivut. Balanced scoreboard – menestystekijämittaristo. Viitattu 25.9.2017

<http://www.oamk.fi/hankkeet/pkk/pakki/mittaristo.htm>

Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen. Viitattu 15.2.2017

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>

Polar teknik Oy www-sivut. Company. Viitattu 10.2.2017

<https://www.polar teknik.fi/company/>

Polar teknik Oy www-sivut. Pneumatics. Viitattu 10.2.2017

<https://www.polar teknik.fi/pneumatics/>

SharePoint products and downloads. Viitattu 19.10.2017

<https://support.office.com/en-us/article/What-is-SharePoint-97b915e6-651b-43b2-827d-fb25777f446f>

Sulava.fi www-sivut. Intranet -ja Sharepoint -ympäristöjen konseptoinnit ja käytönotot. Viitattu 15.2.2017

<https://www.sulava.com/intranet-sharepoint-ymparistojen-konseptoinnit-kayttoonotot/>

Sulava.fi www-sivut. Mitä kaikkea intranet projektissa pitää tehdä? Viitattu 10.4.2017

<https://www.sulava.com/2013/02/mita-kaikkea-intranet-projektissa-pitaa-tehda/>

Tut.fi www-sivut. Kyselymenetelmät. Viitattu 15.3.2017

<http://www.tut.fi/verne/tutkimusmenetelmat/kysely-ja-haastattelumenetelmat/>

## LIITTEET

Liite 1. Kyselykaavake Intranet tyytyväisyyskysely Polarteknik Oy:n henkilökunnalle